

**Citra dan Kepercayaan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank
BCA dengan Komitmen sebagai Intervening (Studi Pada Bank BCA
Kantor Cabang Utama Semarang)**

RIO ANGGA PRASETIAWAN

(Pembimbing : Dr. Agus Prayitno,)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202656@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perbankan sebagai lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana masyarakat, menyalurkan kembali dalam bentuk kredit, melaksanakan transaksi valuta asing serta kegiatan-kegiatan jasa-jasa lain, baik kepada perseorangan, perusahaan dan lembaga-lembaga pemerintah lainnya sehingga dapat memberikan kontribusi yang memadai dalam pembangunan harus mampu menunjukkan pelayanan yang terbaik agar nasabah puas. Nasabah yang puas biasanya akan loyal untuk menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh pihak bank. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada suatu bank, seperti citra, kepercayaan dan komitmen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan komitmen sebagai mediasi. Populasi penelitian ini adalah nasabah BCA di BCA Kantor Cabang Utama (KCU) Semarang, Jl. Pemuda No. 90-92, Semarang yang berjumlah 9.948 orang. Sampel yang diambil 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa : 1). Komitmen menjadi faktor yang memediasi dalam hubungan antara citra terhadap loyalitas nasabah 2). Citra menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi loyalitas nasabah. 3). Kepercayaan menjadi faktor lebih lemah dalam mempengaruhi loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Citra, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas Nasabah

**Image and Trust on Improving Customer Loyalty of BCA Bank with
Commitment as Intervening (Study at Main Branch Office of BCA
Semarang)**

RIO ANGGA PRASETIAWAN

(Lecturer : Dr. Agus Prayitno,)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202656@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Banking as a financial institution that serves as a collector of public funds, redistributes in the form of credit, carry out foreign exchange transactions also activities of other services, both to individuals, companies and other government institutions so as to provide an adequate contribution in development must able to show the excellent service so that customers are satisfied. Customers who are satisfied will usually loyal to use the services that offered by the bank. Many factors can effect customer loyalty to a bank, such as image, trust and commitment. The purpose of this study was to analyze the effect of image and customer trust on customer loyalty with commitment as mediation. The population of this research is the customer of BCA, at Main Branch Office (KCU) of BCA Semarang, Jl. Pemuda No. 90-92 Semarang that totaling 9948 people. Samples taken 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. Methods of data collection using questionnaires and analysis techniques used path analysis. The results of this analysis show that: 1). Commitment to be factors that mediate the relationship between image on customer loyalty 2). Image became the strongest factors that effect customer loyalty. 3). Trust becomes weakest factor on effecting customer loyalty.

Keyword : Image, Trust, Commitment and Customer Loyalty